

A cadeia da tilápia se organiza (*)

A tilapicultura vem tirando lições de conjunturas desfavoráveis, em benefício da consolidação da cadeia produtiva

Fábio Rosa Sussel – zootecnista, pesquisador científico da Apta (Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios) Médio Paranapanema (Assis, SP). Área de Nutrição de Peixes.
(sussel@apta.sp.gov.br)

Como se previu no início de 2007, o ano não foi fácil para quem produz tilápias. A taxa cambial não favoreceu a exportação e o custo de produção cresceu muito, com a alta dos grãos, sobretudo da soja e do milho. Além disso, o Brasil abriu portas para a importação de filés de tilápia da China.

O ano apresentou muitos contratempos para a atividade. Mas esta conseguiu melhorar a organização da cadeia produtiva. E os lucros dependem dessa estruturação e da definição do foco da atividade de cada segmento.

Os contratempos serviram para ajustar os seguintes pontos:

- Estabelecimento de um espaço no mercado consumidor interno;
- Mais atenção à eficiência alimentar dos peixes (em razão da alta dos preços das rações);
- Melhor aproveitamento das sobras da filetagem dos frigoríficos (com a inserção da polpa de peixe na merenda escolar, por exemplo); e
- Avanços obtidos pela Secretaria Especial de Aquicultura e Pesca relativos ao início do licenciamento ambiental e cessão de áreas nos parques aquícolas.

Merece destaque o avanço da tilapicultura na região Nordeste. Ao ponto de ter despertado o interesse das indústrias de rações, que estão se organizando para atender melhor esse mercado. Nesta região, o clima quente e constante favorece a produção de peixes, mas o custo de produção é elevado por falta de uma logística de fornecimento de rações. Agora, porém, não será surpresa se o

Nordeste vier a se destacar no mercado. O potencial, talvez até maior, da região Norte também poderá vir a se expressar, se for resolvida sua limitação, a mesma que havia no Nordeste: a logística de fornecimento de rações.

Revedo o artigo que escrevemos para o **Anualpec** 2007, nota-se que não houve retração na demanda mundial por tilápia. Esta se mantém forte e em crescimento, mas a exportação brasileira de filé para os Estados Unidos continua inviável em razão da desvalorização do dólar. Como não há perspectiva de mudanças na taxa de câmbio em 2008, pode-se descartar a possibilidade de exportação para este que é o maior mercado comprador.

A China ocupa uma fatia de 85% do mercado americano de filé de tilápia, com um produto congelado. Parte dos 15% restantes é suprida por outros países asiáticos, como Filipinas, Formosa (Taiwan) e Tailândia, também com filé congelado. A última parte consiste em filé fresco, proveniente de Costa Rica, Equador e Honduras. A participação do Brasil já foi maior, mas atualmente é insignificante.

A produção brasileira concorre no mercado internacional de filé fresco. Ainda que pareça pouco em termos percentuais, é um volume considerável frente ao volume produzido no País, que é muitíssimo inferior ao da China.

As características de *commodity* do filé chinês – tamanho pequeno, sempre igual e com o mesmo padrão de qualidade em todos os embarques – tornam o produto ideal para o segmento de serviços de alimentação. Juntando a isso os baixos custos de produção daquele país, pode-se afirmar que competir no mercado americano com esse fornecedor é praticamente impossível para a tilapicultura brasileira. Pelo menos nos próximos 3 anos. Afinal, se eles conseguem produzir com baixo custo, por que não se conseguiria desenvolver no Brasil tecnologias que permitissem tal façanha? Não é preciso que se produza aqui da mesma forma que o chinês produz; basta que se tenha a mesma eficiência que os chineses têm.

Portanto, os produtores brasileiros estão em condição desfavorável para explorar o mercado de filé fresco dos Estados Unidos. A taxa de câmbio não é o único empecilho. O sistema de produção aqui adotado e a questão da logística também impõem dificuldades.

O maior fornecedor desse mercado é o Equador. Lá o cultivo é feito em antigas propriedades que produziam camarões. A produção equatoriana do crustáceo foi praticamente dizimada por doenças, mas vem se recuperando graças ao cultivo simultâneo com a tilápia. O custo de produção do peixe é relativamente baixo, pois os produtores estão focados no camarão. Por isso a exportação de tilápia pelo Equador é economicamente viável.

No que diz respeito à logística, Costa Rica e Honduras têm franca vantagem sobre o Brasil. Como ambos os países estão próximos dos Estados Unidos, o custo do frete é menor. Conclui-se, portanto, que o mercado dos Estados Unidos não oferece suporte para a expansão da tilapicultura brasileira.

A estratégia de exportar tem sido a principal opção de vários segmentos do agronegócio, mas nem sempre é a melhor escolha. No caso da tilápia, como se viu, a exportação para o maior consumidor não é economicamente viável. A consolidação do mercado doméstico brasileiro, porém, é muito conveniente. E pode ser de grande ajuda nos momentos de instabilidade do mercado mundial.

Isso não quer dizer que exportar seja impossível. A União Européia é uma alternativa muito atraente. Na questão do frete, os países latino-americanos estão praticamente em condição de igualdade, e com vantagem sobre a China. O transporte da América Latina para a Europa tem custo alto, porém menor que o do produto chinês.

O mercado europeu é altamente exigente quanto à qualidade do produto, sobretudo em termos de sabor e aparência. E isso é mais uma vantagem para os países latino-americanos. O produto da China é padronizado quanto ao tamanho e tem constância de fornecimento, mas não tem o sabor refinado do filé de tilápia produzido deste lado do mundo.

Os produtores brasileiros podem oferecer à União Européia um filé tipo *premium* com certificação e selo de boas práticas de produção, de modo a sermos os primeiros a ocupar um patamar superior em relação a tilápia asiática, com garantia de fornecimento constante ao longo do ano. E o acesso do produto brasileiro pode até ser facilitado, pois a Europa já consome outras espécies aquícolas brasileiras, como o pintado e o camarão. Ademais, o Brasil é conhecido no Velho

Continente como fornecedor de outros produtos de origem animal, como bovinos, suínos e aves.

O ano de 2008 começa com um desafio para a tilapicultura brasileira: o alto custo dos ingredientes das rações. Mas os elos da cadeia de produção estão mais fortalecidos. Além do mais, há a possibilidade de uma supersafra americana de grãos e isto pode ocasionar uma queda no preço das matérias-primas a partir do mês de julho, quando comumente é anunciada a safra. Outras expectativas do setor são:

- A concretização do licenciamento ambiental e a cessão dos parques aquícolas para a criação de tilápias; e
- O fortalecimento da tilapicultura no Nordeste.

Quanto aos desafios a enfrentar, os mais importantes são:

- Continuar a busca de melhor eficiência alimentar, para evitar o sufocamento pelo alto custo dos ingredientes das rações;
- Incluir efetivamente a tilápia no mercado interno;
- Avaliar e experimentar a exportação para a União Européia; e
- Aprimorar as tecnologias de produção.

As expectativas e os desafios permitem vislumbrar um cenário otimista para a atividade. Os elos da cadeia produtiva já estão suficientemente fortalecidos para que se inicie um promissor crescimento da tilapicultura. Já esta na hora de deixarmos de ser o eterno "País do Potencial Aquícola". Não se trata de excesso de otimismo, mas sim de visão clara da realidade. As peças estão no tabuleiro; cabe aos jogadores – todos os envolvidos com a atividade – explorar as melhores estratégias para que se vença o jogo de conquistar e manter mercados.

(*) Publicado originalmente no AnualPec 2008, editado pelo Instituto FNP